Les usages des baladeurs MP3

Les baladeurs « MP3 »[1] sont devenus, dans l'imagerie publicitaire et plus largement médiatique, un archétype des mutations de la musique enregistrée, désormais non plus seulement numérique mais dématérialisée. Ils symbolisent, selon les discours, la recomposition de l'économie de la musique enregistrée au sein de laquelle s'imposent de nouveaux formats et de nouveaux acteurs, ou l'émergence d'un nouvel auditeur, toujours plus mobile et technophile.

C'est précisément ce second aspect que Vincent Bullich, en collaboration avec Didier Bieuvelet et Patrick Guillaud[2], a étudié. Ils ont appréhendé les usages de ces appareils dans une approche initialement généalogique, en les comparant avec les travaux réalisés sur les usages du walkman. Ils se sont ensuite concentrés sur les propriétés inédites des usages liés à ces appareils.

Ils ont mené une étude ergonomique dont l'objectif était de définir les potentialités et contraintes d'usages de l'ordre de la prescription (suivi du mode d'emploi) ou inscrites dans les outils mêmes. Ils ont ensuite mené une enquête auprès de trois populations qui constituent le cœur de cible des campagnes de marketing : lycéens, étudiants et jeunes actifs. L'objectif était d'identifier par l'intermédiaire d'une quinzaine d'entretiens (individuels ou en groupe) des aspects représentatifs de leurs usages effectifs.

Les résultats de leurs travaux montrent que la dématérialisation des formats musicaux a eu pour conséquence une « mise en dispositif » des outils nécessaires à l'obtention et l'écoute de la musique sur un baladeur. Ce dispositif peut être appréhendé comme un ensemble de fonctions distribuées, c'est-à-dire des fonctions réparties sur plusieurs outils mais interdépendantes et *sine qua non* à l'activité. Cette mise en dispositif a pour conséquence une élévation du niveau de compétences (techniques et cognitives) et de ressources matérielles requis pour l'activité.

Les chercheurs ont dès lors observé deux attitudes « idéales-typiques », ces attitudes n'étant pas toujours clairement distinguées mais constituant les pôles d'un continuum sur lequel les usages effectifs viennent se positionner :

- la première consiste en l'acquisition individuelle des composantes matérielles nécessaires à la constitution du dispositif c'est-à-dire au minimum : un baladeur, un ordinateur et une connexion à Internet, ainsi qu'en l'apprentissage des compétences techniques et cognitives nécessitées par les différentes fonctions du dispositif ;

- la seconde consiste en une distribution des ressources et compétences requises aux cercles de sociabilités proches (famille et amis). Le possesseur de baladeur devient dès lors dépendant d'autres individus pour pouvoir écouter de la musique avec cet appareil.

Cette dépendance constatée chez la plupart des individus interrogés semble indiquer que les usages des baladeurs MP3 se développent dans un double mouvement d'individualisation et de personnalisation des pratiques, d'une part, et probablement de complexification et

[1] Terme générique désignant un ensemble d'appareils portable permettant la lecture de fichiers électroniques musicaux de formats divers. Le MP3 apparaît comme le plus populaire de ces formats ; il définit génériquement dans le langage usuel l'ensemble de ces formats.

[2] Chercheurs au Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC, Université Stendhal – Grenoble 3)

collectivisation des conditions de leur mise en œuvre d'autre part. Si l'outil est personnel et son usage particulier, il intègre un dispositif complexe et les compétences et ressources nécessaires à son fonctionnement sont susceptibles d'être distribuées entre plusieurs individus.

Contact

Vincent Bullich
Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (GRESEC, Université Stendhal – Grenoble 3)
T 06 16 40 76 81
Vincent.Bullich@u-grenoble3.fr